

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

√适用 □不适用

是否以公积金转增股本

□适用 √不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为:以权益分配实施时公司总股本数为基数,向全体股东每10股派发现金红利1元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先利润分配预案

□适用 √不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	拟行食品	股票代码	003000
股票上市交易所	深圳证券交易所		
股票上市交易方式	深圳证券交易所	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李勇	张亚	
办公地址	湖南省长沙市雨花区万家广场A座401室	湖南省长沙市雨花区万家广场A座401室	
电话	0731-89222266	0731-89222266	
电子邮箱	na@zifanfoods.com	zhangya@zifanfoods.com	

2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□是 √否

	本报告期	上年同期	本报告期末比上年同期增减
营业收入(元)	1,129,569,076.00	924,934,055.34	22.17%
归属于上市公司股东的净利润	141,326,189.69	81,129,115.26	72.41%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	122,429,183.94	71,898,520.80	70.31%
经营活动产生的现金流量净额	243,027,081.12	80,174,667.24	203.12%
基本每股收益(元/股)	0.2229	0.1316	69.37%
稀释每股收益(元/股)	0.2229	0.1316	69.38%
加权平均净资产收益率	8.011%	7.204%	23.1%
总资产(元)	1,819,187,126.00	1,819,281,462.00	0.05%
归属于上市公司股东净资产(元)	1,213,469,076.00	1,206,591,763.00	0.54%

3、公司股东数量及持股情况

单位:股

报告期末普通股股东户数	13,207	报告期末表决权恢复的优先股股东户数(如有)	0
报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有) <td></td> <td></td> <td></td>			
前10名股东持股情况(不含通过融资融券账户持有股份)			
股东名称	股东性质	持股比例	持有无限售条件股份的数量

股东名称	股东性质	持股比例	持有无限售条件股份的数量	质押、冻结或争议情况	
湖南松	境内自然人	30.21%	173,262,527.00	129,354,149.00	质押 79,289,784.00
李金玉	境内自然人	8.03%	39,210,260.00	0	不适用
陈元元	境内自然人	4.38%	19,746,933.00	14,810,190.00	不适用
胡若华	境内自然人	4.01%	18,416,400.00	0	不适用
中德证券资产管理(湖南)有限公司	境内非国有法人	1.89%	8,521,260.00	0	不适用
湖南建投资产管理(湖南)有限公司	境内非国有法人	1.84%	8,226,200.00	0	不适用
中国建设银行股份有限公司	境内非国有法人	1.74%	7,848,400.00	0	不适用
程永华	境内自然人	1.64%	7,600,000.00	0	不适用
程金华	境内自然人	1.33%	6,000,000.00	0	不适用
中国建设银行股份有限公司	境内非国有法人	1.31%	5,907,943.00	0	不适用

持有5%以上表决权的大股东,无一致行动人。除此以外,公司未知其他股东是否存在表决权一致行动关系。

控股股东及实际控制人基本情况

控股股东为李金玉,无一致行动人。实际控制人李金玉。

公司控股股东及实际控制人李金玉,持有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等系列产品,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度 and 美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

公司发力营销网络建设,坚持全渠道发展战略,深耕传统流通渠道,提高网点铺货率;重点投入现代渠道,提高高端品牌势能,加强零食专营店合作,布局品类及SKU,同时,公司积极推动海外市场开拓,截至今年半年度,劲仔食品共计出口全球40余个国家和地区,远销持续快速增长。

公司积极推动品牌推广,传播“好吃又健康”的品牌价值理念,以深海鲣鱼、“周鲜解”短保质干、劲仔鸭腿蛋等创新升级产品为载体,布局健康零食赛道,持续加深品类认知,提高知名度和美誉度。

公司重视全体股东价值分享,上市以来积极回馈投资者,已累计分红金额达到41,319.96万元。为维护公司全体投资者利益,增强投资者对公司价值的认可,公司拟实施2024年度中期分红,拟分红金额4,476.09万元,进一步体现投资者价值信心,关注公司长期发展的价值。

2024年,面对市场竞争加剧的环境,公司坚定聚焦“大单品、全渠道、品牌化、国际化”发展战略,以“做好吃又健康的休闲食品,改善人们生活品质”为使命,选择优质自健康食材为原料,立足中式风味休闲食品赛道,把握行业发展机遇,公司继续深耕休闲食品,禽类产品、豆制品等优质自健康食品类,专注产品创新和升级,坚持全渠道发展,产品结构不断优化,渠道竞争力不断加强;推动品牌升级,公司营销力持续提升。2024年上半年,公司实现营业收入112,956.89万元,同比增长22.17%;实现归属于上市公司股东的净利润14,332.69万元,同比增长72.41%,盈利能力进一步提升。

公司坚持持续加大研发投入,拥有核心大单品劲仔凤尾鱼、“亿只橙”潜力大单品鸭腿蛋、“两亿级”实力单品豆干和肉干、“亿元级”单品魔芋等产品系列,报告期内主要产品均实现稳定增长,休闲食品赛道、禽类产品、豆制品、蔬菜制品分别完成销售收入70,308.23万元、25,797.5387万元、11,071.1771万元、3,812.15万元,同比增长16.64%、51.10%、9.53%、15.61%。

证券代码:003000 证券简称:劲仔食品 公告编号:2024-046

劲仔食品集团股份有限公司

2024半年度报告摘要

公司于2023年6月20日召开第二届董事会第十二次会议,第二届监事会第十二次会议,审议通过了《关于公司募集资金投资项目新增实施主体和实施地点的议案》,同意对募集资金投资项目“湘风风味休闲食品智能制造项目”及“新一代风味休闲食品研发中心项目”增加全资子公司湖南鸭嘴食品有限公司作为实施主体,对应增加湘江三阳大道东侧、长沙南路土地为实施地点。

(三)募集资金投资项目先期投入及置换情况

2023年2月24日,第二届董事会第八次会议及第二届监事会第八次会议,审议通过了《关于使用募集资金置换先期投入募投资金的议案》,同意公司以募集资金置换先期投入的自筹资金7,016,800元,并由中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)审计出具了众环专字(2023)1100042号以自筹资金置换先期投入募投资金的鉴证报告。

(四)用募集资金置换时补充流动资金情况

公司2024年上半年未发生用募集资金置换补充流动资金情况。

(五)对闲置募集资金进行现金管理,投资衍生品情况

具体内容见本报告“二、(四)募集资金进行现金管理情况”。

(六)结合募集资金使用情况

不适用。

(七)超募资金使用使用情况

不适用。

(八)尚未使用的募集资金用途及去向

截至2024年6月30日,公司募集资金专户活期余额5,075.44万元,募集资金现金管理余额10,000.00万元,后续将继续投入募集资金投资项目。

(九)募集资金使用的其他情况

2024年上半年,本公司不存在募集资金使用的其他情况。

4、变更募集资金投资项目的资金使用情况

2024年上半年,本公司不存在变更募集资金投资项目的资金使用情况。

5、募集资金使用及披露中存在的问题

本公司按照相关法律、法规、规范性文件的规定和要求使用募集资金,并及时、真实、准确、完整对募集资金使用情况进行了披露,不存在募集资金使用及披露的违规情形。特此公告。

劲仔食品集团股份有限公司 董事会

2024年8月22日

单位:万元

项目	2024年1-6月	2023年1-6月
募集资金使用情况	26,500.00	26,500.00
募集资金使用金额	26,500.00	26,500.00
募集资金使用金额占募集资金总额的比例	100.00%	100.00%
募集资金使用金额占募集资金总额的比例	100.00%	100.00%
募集资金使用金额占募集资金总额的比例	100.00%	100.00%
募集资金使用金额占募集资金总额的比例	100.00%	1